

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ISSI 2016-2018)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh

**GALUH NURANI AMALIA RIZKI
NPM. 1551030115**

**Program Studi : Ekonomi Syariah
(Konsentrasi Akuntansi Syariah)**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI ISLAM
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H/2019 M**

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ISSI 2016-2018)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

**GALUH NURANI AMALIA RIZKI
NPM. 1551030115**

**Program Studi : Ekonomi Syariah
(Konsentrasi Akuntansi Syariah)**

Pembimbing I : A. Zuliansyah, S.Si., M.M

Pembimbing II : Nur Wahyu Ningsih, M.S. Ak., Akt

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H/2019 M**

ABSTRAK

Dalam Pasal 74 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas menjelaskan bahwa CSR bertujuan untuk menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat. CSR merupakan kegiatan yang dapat menjembatani perusahaan untuk bersentuhan dan berkomunikasi langsung dengan para pemangku kepentingan. Hal tersebut dianggap bahwa program CSR dapat membangun kepercayaan, dukungan sekaligus kebanggaan kepada pihak perusahaan. Jadi ketika CSR diungkapkan dapat menambah daya tarik investor dalam menanamkan modalnya, selain itu juga dapat meningkatkan profitabilitas sekaligus menunjang citra baik perusahaan karena masyarakat akan cenderung respek kepada perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, studi pada perusahaan manufaktur di ISSI periode 2016-2018 secara simultan dan parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh dalam skripsi ini berupa data sekunder yaitu laporan keuangan tahunan perusahaan sampel yang terdaftar di ISSI periode 2016-2018, buku-buku literatur perpustakaan dan penelitian terdahulu. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji statistik deskriptif, uji normalitas dan uji multikolinearitas dan juga menggunakan uji analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pengungkapan CSR berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dengan nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 0,470 dengan nilai signifikansi sebesar 0,043 yang artinya $< 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan variabel profitabilitas yang diproksikan menggunakan ROA dengan t_{hitung} yang diperoleh sebesar -0,273 dengan nilai signifikansi -0,788 yang artinya $< 0,05$ maka variabel ROA juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai f_{hitung} 5,134 yang artinya $>$ dari nilai f_{hitung} nilainya 3,44 dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu CSR dan ROA secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Pengungkapan CSR, Profitabilitas (ROA) dan Nilai Perusahaan (Tobins's Q)



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di ISSI Tahun 2016-2018)
Nama : Galuh Nurani Amalia Rizki
NPM : 1551030115
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

A.Zuliansyah, S.Si., M.M
NIP. 198302222009121003

Pembimbing II,

Nur Wahyu Ningsih, S.E., M.Ak., akt
NIP.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah

Madnasir, S.E., M.S.I.
NIP. 197504242002121001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **“ Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di ISSI Tahun 2016-2018) ”** disusun oleh : **Galuh Nurani Amalia Rizki, NPM : 1551030115, Program Studi : Ekonomi Syariah,** Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Selasa, 19 November 2019**

TIM PENGUJI

Ketua : Prof. Dr. H. Suharto, S.H., M.A (.....)

Sekretaris : Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak (.....)

Penguji I : Any Eliza, S.E., M.Ak (.....)

Penguji II : Ahmad Zuliansyah, S.Si., M.M (.....)

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I.
NIP.198008012003121001

MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ
إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.¹

(QS. Al- Qashash : 77)



¹ QS. Al- Qashash Ayat 77

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur *Alhamdulillah* kepada Allah SWT dari hati yang terdalam, yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Alhamdulillahirabbil'alamin akhirnya setelah sekian banyak proses yang panjang yang penuh dengan drama serta lika-liku, berakhirlah penulis pada titik pencapaian yang sungguh luar biasa ini. Untuk melewati proses ini tidaklah mudah tanpa adanya dukungan dan do'a dari orang-orang yang sangat kusayangi dan yang menyayangiku. Skripsi ini kupersembahkan sebagai bentuk dari ungkapan rasa syukur dan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Yang aku sayangi, orang tuaku, Ayahanda Wawan Setia Budi, almarhumah ibuku Yerma Yenti dan bundaku R.Susastini yang selalu menjadi pahlawan dalam kehidupanku, yang tanpa lelah telah memberikanku semangat dan motivasi dalam kehidupanku. Terimakasih yang tak terhingga aku ucapkan untuk kalian yang telah memberikan banyak pengorbanan, baik waktu, materi, karena kalian adalah alasan utama bagiku untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Terima kasih pula atas doa-doa indah yang selalu kalian panjatkan untukku. Semoga kalian selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan mendapatkan keberkahan dalam setiap langkahnya.

2. Teruntuk adik-adikku tersayang Galuh Syifa Nugrahani, Rifian Akmal Nurcahya, Farid Ghani Athallah dan Reyfan Keisaro Surya Artha Satriani berkat do'a, dukungan dan motivasi dari kalian sehingga penulis mampu dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Merekalah penyebab semangat dalam menggapai keberhasilan ini.
3. Seluruh keluarga besarku, Keluarga Besar Mbah Pujo Harsoyo dan Keluarga besar Kakek Syamsuddin, yang selalu memberi semangat motivasi kepada penulis, dan selalu membimbing mengarahkan penulis selama ini, tanpa kalian penulis tidak akan mampu menjalani proses perkuliahan hingga sejauh ini.
4. Kepada pakde Prof. Dr. Suharto, S.H.,M.A dan keluarga yang sejak awal penulis masuk UIN Raden Intan Lampung selalu memberikan wejangan, nasihat, dukungan serta do'a baiknya kepada penulis sampai penulis menyelesaikan studi ini, terima kasih banyak pakde tanpa bantuan pakde penulis tidak akan mampu menjalani proses perkuliahan sampai sejauh ini, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan selalu melindungi pakde sekeluarga dimanapun berada.
5. Kepada ibu Any Eliza, pak Iqbal, ibu Dinda, Pak Agus, ibu Dania dan pak Rahmat yang selalu sabar dalam membimbing, mensupport serta mengarahkan mahasiswa/i khususnya mahasiswa/i Konsentrasi Akuntansi Syariah angkatan 2015, berkat beliau-beliau ini penulis dan rekan-rekan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik

6. Sahabat terbaikku sedari di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA) Nahda Gaitsa Nalurita, Amelia Ratna Ramadhani dan Adella Diva Veratami, yang membantu penulis kala itu menentukan judul, memberi referensi tentang judul skripsi dan arahan kepada penulis. Terima kasih banyak yang sampai saat ini tidak berhenti memberi dukungan dan doa kepada penulis.
7. Sahabat-sahabat rasa keluargaku yang selama kurang lebih 4 tahun menemani penulis dibangku perkuliahan Melianah, Bella Chenia Meitasir, Nur Rahma Nike Febriani Eder dan Anggun Maryani yang selalu menghibur penulis dikala down, memberikan do'a serta dukungan baik materiil dan spiritual, yang selalu mengisi hari-hari penulis, yang selalu menciptakan canda tawa dan selalu sedia menjadi sandaran ternyaman walaupun hanya sekedar ingin melepas rindu dan saat bertukar pikiran dalam setiap masalah yang menghadang.
8. Teman-teman seperjuangan seluruh mahasiswa/i Akuntansi Syariah angkatan 2015 terkhusus kepada Akuntansi Syariah C yang telah berjuang bersama.
9. Sahabat seperjuangan KKN kelompok 283 Desa Sukoyoso Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu, terimakasih atas pengalaman 1 bulannya.

10. Almamaterku tercinta tempatku menimba ilmu-ilmu yang Rabbani,
UIN Raden Intan Lampung. Semoga selalu jaya, maju dan
berkualitas.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Galuh Nurani Amalia Rizki. Dilahirkan di Kota Bandar Lampung, 10 Juni 1997, anak pertama dari lima bersaudara, anak dari bapak Wawan Setia Budi dan ibu Yerma Yenti (almh), penulis bertempat tinggal di Gedong Meneng Kec. Rajabasa Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Demikian riwayat pendidikan penulis adalah sebagai berikut :

1. TK Qurota'Ayyun Bandar Lampung pada Tahun 2004
2. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung pada Tahun 2009.
3. SMPN 28 Bandar Lampung pada Tahun 2012.
4. SMAN 14 Bandar Lampung Tahun 2015.
5. Penulis pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan kejenjang pendidikan tinggi yaitu di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dan mengambil Jurusan Akuntansi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Bandar Lampung, 19 November 2019

Yang Membuat,

Galuh Nurani Amalia Rizki

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan banyak karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ISSI 2016-2018)”**. Sholawat beriring salam selalu tucurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang mana telah menjadi suri teladan bagi seluruh umat Islam di dunia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan penyusunan penelitian ini dengan sebaik-baiknya, namun di sisi lain penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dan semua pihak yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan penelitian ini.

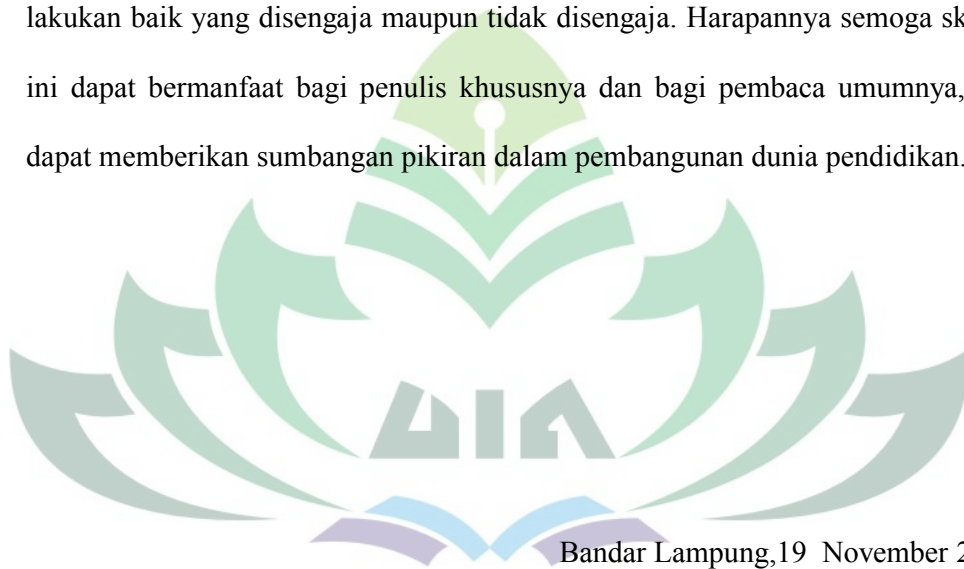
Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis tak lupa menghaturkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya. Secara rinci ungkapan terima kasih itu disampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya yang telah mengayomi penulis dan memberikan izin serta kemudahan kepada penulis dalam proses penelitian skripsi.
2. Bapak Madnasir, S.E, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selalu memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Any Eliza, M.S.Ak selaku Ketua Jurusan Akuntansi Syariah yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selalu memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak A.Zuliansyah, S.Si., M.M selaku pembimbing 1 dan ibu Nur Wahyu Ningsih, S.E., M.Ak, Akt selaku pembimbing 2, yang telah banyak meluangkan waktunya selama ini membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, semoga berkah ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan selama ini menjadi amal jariyah untuk bapak dan ibu pembimbing.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi serta memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
6. Bapak Ibu Dosen dan Karyawan Perpustakaan Pusat UIN Raden Intan Lampung dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak motivasi positif, ilmu yang

bermanfaat serta menyediakan berbagai referensi buku pada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan tepat waktu.

7. Dan semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga kita selalu terikat dalam *ukhuwan islamiyah*.

Semoga amal kebaikan mereka mendapatkan balasan dari Allah SWT, dan penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan yang pernah penulis lakukan baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Harapannya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya, dan dapat memberikan sumbangan pikiran dalam pembangunan dunia pendidikan.



Bandar Lampung, 19 November 2019

Penulis

Galuh Nurani Amalia Rizki

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK.....	
SURAT PERNYATAAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN	
MOTTO	
PERSEMBAHAN	
RIWAYAT HIDUP.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN	
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Batasan Masalah	13
E. Rumusan Masalah.....	14
F. Tujuan Penelitian	15
G. Manfaat Penelitian	15
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	17
1. <i>Shariah Enterprise Theory</i>	17
2. Teori Sinyal	18
3. <i>Stakeholder Theory</i>	19
4. Teori Legitimasi.....	22
5. Ruang Lingkup CSR	24
a. Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	25
b. Definisi CSR	27
c. Dasar Hukum CSR	29
d. Tujuan dan manfaat CSR.....	30
e. Permasalahan dalam bidang CSR	33
f. Fungsi CSR	34
g. Indikator Keberhasilan CSR	36
h. CSR dalam perspektif Islam	37
6. Pengungkapan Corporate Social Responsibility	44
a. Sejarah GRI.....	46
b. Pengertian GRI.....	52
7. Profitabilitas	54
a. Definisi Profitabilitas	54
b. Tujuan dan manfaat Profitabilitas	55

c. Jenis rasio Profitabilitas.....	56
1) <i>Return on Asset</i> (ROA).....	56
d. Profitabilitas dalam konsep Islam	56
8. Nilai Perusahaan	58
a. Pengertian Nilai Perusahaan	58
b. Jenis-jenis Nilai Perusahaan.....	59
c. Pengukuran Nilai Perusahaan	61
1) Pengertian Tobins'Q.....	61
2) Rumus Tobins'Q	62
3) Alasan menggunakan Tobins'Q	62
4) Kelebihan dan kekurangan Tobins'Q	64
a) Kelebihan Tobins'Q.....	64
b) Kekurangan Tobins'Q.....	64
B. Tinjauan Pustaka.....	65
C. Kerangka Pemikiran.....	70
D. Perumusan Hipotesis.....	71

BAB III METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel	76
B. Pengukuran Variabel Penelitian	77
C. Jenis dan Sifat Penelitian	82
D. Sumber Data	82
E. Metode Pengumpulan Data	82
F. Metode Analisis Data.....	83
1. Uji Asumsi Klasik.....	83
a. Uji Normalitas.....	83
b. Uji Multikolinearitas	84
2. Uji Hipotesis	84
a. Analisis Regresi Linier Berganda	84
b. Uji Parsial (Uji t).....	85
c. Uji Simultan (Uji f)	86
d. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	86

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data	87
1. Statistik Deskriptif	87
2. Uji Asumsi Klasik.....	88
a. Uji Normalitas.....	88
b. Uji Multikolinearitas	89
3. Uji Hipotesis	91
a. Analisis Regresi Linier Berganda	91
b. Uji Parsial (Uji t).....	93
c. Uji Simultan (Uji f)	95
d. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	97
B. Hasil Analisis Data	98
1. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan	100

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	102
3. Pengaruh CSR dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara simultan	103
4. Konsep CSR dan Profitabilitas dalam perspektif Islam.....	103

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	106
B. Saran	107

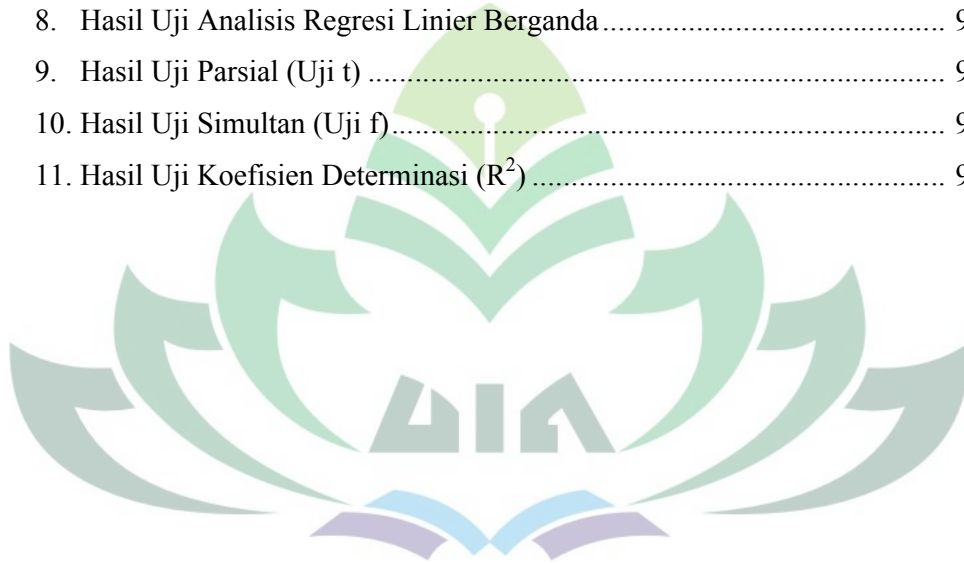
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

1. Data Laba Perusahaan Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2016-2018	12
2. <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu	65
3. Daftar Perusahaan Sampel.....	77
4. Daftar, Indikator dan Skala Variabel Penelitian	81
5. Statistik Deskriptif	87
6. Hasil Uji Normalitas	89
7. Hasil Uji Multikolinearitas	90
8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	92
9. Hasil Uji Parsial (Uji t)	94
10. Hasil Uji Simultan (Uji f).....	96
11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	97



DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pemikiran..... 70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Indikator pengungkapan CSR berdasarkan GRI G4
- Lampiran 2. Tabulasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
- Lampiran 3. Tabulasi *Return on Asset* (ROA)
- Lampiran 4. Tabulasi Nilai Perusahaan (Tobins'Q)
- Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai titik acuan untuk memperoleh sebuah gambaran yang jelas dan dapat memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka diperlukan adanya pembahasan yang menegaskan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dalam skripsi ini. Dengan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan.

Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ISSI 2016-2018)”**.

Dari judul skripsi diatas tersebut maka diperlukan penjelasan istilah-istilah yang terkandung dalam judul tersebut, antara lain:

1. Pengaruh

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), pengaruh adalah suatu daya atau kekuatan yang ada atau timbul dari segala sesuatu baik itu orang atau benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada di sekitarnya.¹

2. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

¹ Hasan Alwi, dkk. Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Departemen pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.²

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.³

4. Profitabilitas

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba merupakan suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima.⁴

5. Nilai Perusahaan

² Suhandari M Putri, Schema CSR, *Kompas.com*

³ Rusdianto, Ujang. *CSR Communications A framework for PR practitioners*, 2013, Yogyakarta: Graha Ilmu

⁴ Dewi Intan Sari, pengaruh rasio likuiditas, *leverage*, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap penerimaan opini audit modifikasi *going concern*, jurnal akuntansi Vol.2 No.3 desember 2015, h.3

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Dengan demikian, berdasarkan pemaparan dari masing-masing istilah yang dimaksud dari judul diatas adalah penelitian mengenai seberapa besar pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI 2015-2018).

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan memilih judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di ISSI 2016-2018)”** berdasarkan alasan secara objektif dan subjektif yaitu sebagai berikut :

1. Alasan Objektif

Perusahaan secara umum bertujuan memaksimalkan laba dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Hal ini dilakukan agar dapat menarik minat para investor untuk menanamkan saham mereka pada perusahaan. Tetapi di sisi lain, perusahaan tidak boleh mengesampingkan adanya tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan terhadap *stakeholders* demi meningkatkan nilai dan mutu perusahaan di masa yang akan datang. Karena aspek penting dalam menunjang meningkatkan nilai perusahaan antara lain meningkatkan profitabilitas perusahaan dan perusahaan juga perlu

melakukan dan melaporkan aktifitas CSR perusahaannya secara berkelanjutan. Hal tersebut harus diungkapkan dan disajikan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan guna menarik minat investor dalam mempercayakan perusahaan untuk mengolah dana mereka lebih tinggi lagi.

2. Alasan Subjektif

Alasan subjektif peneliti untuk meneliti judul diatas yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dirasa mampu untuk diselesaikan penulis, mengingat banyaknya referensi yang mendukung, sehingga mempermudah peneliti dalam mencari sumber dan *literature* guna menyelesaikan skripsi ini.
- b. Penulis ingin menyesuaikan dengan fenomena apa yang terjadi di lingkungan masyarakat Indonesia dan diajukan sesuai dengan bidang keilmuan yang sedang penulis pelajari saat ini, yakni berhubungan dengan jurusan Ekonomi Islam Konsentrasi Akuntansi Syariah.

C. Latar Belakang Masalah

Perusahaan manufaktur memegang peranan yang sangat penting di perekonomian Indonesia. Perusahaan tersebut menyumbang pendapatan yang cukup besar terhadap negara baik itu melalui pajak ataupun kontrak lainnya. Karena ukurannya yang cukup besar, perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur ini pun memiliki serapan tenaga kerja yang besar pula,

sehingga mampu mengurangi angka pengangguran.⁵ Perusahaan manufaktur merupakan sebuah badan usaha yang melakukan aktivitas pengolahan bahan mentah ataupun bahan setengah jadi, bahan tersebut nantinya akan dilakukan proses tertentu sehingga menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual yang tinggi.

Perusahaan manufaktur melakukan proses pengolahan bahan menjadi produk jadi dalam skala besar. Karena perusahaan manufaktur ini menjanjikan dalam meningkatkan perekonomian negara, industri ini perlu didukung kelangsungannya dan kelancarannya di Indonesia karena banyak memberikan manfaat serta dapat menggerakkan perekonomian negara menjadi lebih baik lagi. Hal tersebut perlu dikawal dalam proses pengelolaannya, jangan sampai melanggar undang-undang yang telah ditetapkan termasuk diantaranya terkait ketenagakerjaan dan kelestarian lingkungan, maka diperlukan pertanggung jawaban sosial lingkungan perusahaan terhadap sekitarnya yang biasa disebut CSR.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat menjembatani perusahaan untuk bersentuhan dan berkomunikasi langsung dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*).⁶ Hal tersebut karena masyarakat menganggap bahwa program CSR dapat membangun kepercayaan, dukungan sekaligus kebanggaan pada apa yang dilakukan perusahaan.

⁵ Kartika, Andi. 2010. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)", Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan, Vol. 2:No.1

⁶ Rosiana, Gusti Ayu, dkk. "pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol.5. No.3. 2013

Secara filosofi ada semacam kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Pada dasarnya masyarakat mempersilahkan perusahaan untuk beroperasi, sebagai timbal baliknya masyarakat pun mengharapkan operasi perusahaan berjalan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di lingkungan tempat perusahaan itu berdiri.

Keberadaan suatu perusahaan diantara para pemangku kepentingan akan memperoleh legitimasi jika perusahaan dapat memenuhi harapan-harapan para pemangku kepentingan. Tentunya menjaga hubungan baik dengan mereka menjadi sebuah keharusan. Karenanya, perusahaan harus mampu menciptakan hubungan yang harmonis dengan pemangku kepentingan tersebut.

Perkembangan CSR juga terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga menyebabkan perubahan iklim. Dari berbagai fenomena yang pernah terjadi ini menyadarkan masyarakat di dunia bahwa sumber daya alam yang tersedia di alam adalah terbatas dan oleh sebab itu pembangunan ekonomi harus dilaksanakan secara berkelanjutan dengan konsekuensi bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu menggunakan sumber daya se-efisien mungkin.

Perusahaan secara umum bertujuan memaksimalkan laba dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan fokus pada kegiatan operasinya guna mengejar

keuntungan sebesar-besarnya sehingga perusahaan melakukan eksploitasi sumber daya alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali. Perusahaan mengabaikan tanggung jawab sosial ekologisnya terhadap masyarakat dan lingkungan yang akhirnya dapat mengganggu kehidupan manusia. Aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan ini telah merugikan pihak *stakeholders*. Jika *stakeholders* merasa dirugikan maka perusahaan tersebut dapat mengalami masalah. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada nilai perusahaan yang di refleksikan dalam kondisi keuangan saja, tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus memperhatikan aspek finansial, sosial dan lingkungan karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan.

Nilai perusahaan itu sendiri merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan semakin tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan di masa mendatang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan.⁷ Karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik saham juga akan meningkat.

⁷ Sudiarta. “ Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.7, 2016

Kesejahteraan para pemilik saham bisa meningkat apabila perusahaan bisa melakukan bentuk pertanggung jawaban. Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan dalam aspek sosial dan lingkungan hidup dapat pula diwujudkan dengan menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Secara teoritis, CSR merupakan inti etika bisnis dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal terhadap pemegang saham, tetapi juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan. Dalam hal lain mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.⁸

Semua itu tidak terlepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak dapat beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. CSR bertujuan untuk mendorong dunia usaha agar lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya supaya tidak berpengaruh buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Contoh kegiatan program CSR yang biasa dilakukan oleh perusahaan antara lain : pemberian beasiswa bagi pelajar berprestasi dan pelajar yang kurang mampu, bantuan langsung bagi korban bencana alam, pemberian

⁸ Sujana. “ Pengaruh CSR dan Kepemilikan Managerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”. Universitas Pendidikan Ganesha. Vol. 7 No. 1 Tahun 2017

modal usaha, dan sampai pada pembangunan sarana dan prasarana yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

Peraturan mengenai CSR ini telah dijelaskan pada Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada pasal tersebut dijelaskan bahwa CSR bertujuan untuk menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.⁹ Pada ayat terakhir dijelaskan pula bahwa akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku bagi perseroan yang tidak melaksanakan ketentuan pada pasal ini. Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.¹⁰ Peraturan lain yang menyinggung CSR yaitu Undang-Undang No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15(b) menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.¹¹

Tanggung jawab manusia untuk memelihara lingkungan hidup diulang berkali-kali dan larangan merusak lingkungan telah dinyatakan dengan jelas dalam Al-Qur'an. Ayat-ayat Al-Qur'an yang menginformasikan tentang ketidakpedulian manusia terhadap lingkungan hidup antara lain sebagai berikut :

⁹ Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

¹⁰ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

¹¹ Undang-undang No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya : “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik” (Q.S A’raf: 56).¹²

Adapun hadist yang membahas tentang tanggung jawab sosial antara lain sebagai berikut :

عَنِ الثُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَثَلُ الْقَائِمِ عَلَى حُدُودِ اللَّهِ

وَالْوَاقِعِ فِيهَا كَمَثَلِ قَوْمٍ اسْتَهَمُوا عَلَى سَفِينَةٍ فَأَصَابَ بَعْضُهُمْ أَعْلَاهَا وَبَعْضُهُمْ أَسْفَلَهَا فَكَتَبَ الَّذِينَ فِي أَسْفَلِهَا إِذَا

اسْتَقْرَأْنَا الْمَاءَ مَرُّوا عَلَى مَنْ فَوْقَهُمْ فَقَالُوا لَوْ أَنَّا خَرَقْنَا فِي نَصِيْبِنَا خَرْقًا وَلَمْ نُؤْذِ مَنْ فَوْقَنَا فَإِنْ يَتْرُكُوهُمْ

وَمَا أَرَادُوا هَلَكَتَهُمْ جَمِيعًا وَإِنْ أَخَذُوا عَلَى أَيْدِيهِمْ وَنَجَّوْا جَمِيعًا

Artinya : ”Perumpamaan orang yang teguh menjalankan ajaran Allah dan tidak melanggar ajaran-ajaran-Nya dengan orang yang terjerumus dalam perbuatan melanggar ajaran Allah, adalah bagaikan satu kaum yang melakukan undian dalam kapal laut. Sebagian mendapat jatah diatas dan sebagian lagi mendapat jatah dibawah. Penumpang yang berada dibawah, jika mereka hendak mengambil air, mereka harus melewati penumpang yang berada diatas. Lalu mereka berkata “seandainya kita lubangi saja kapal ini, maka kita dapat mengambil air tanpa mengganggu penumpang diatas. Jika perbuatan mereka itu mereka biarkan, maka semuanya akan binasa (tenggelam). Namun jika mereka mencegahnya maka semuanya akan selamat”. (HR.Bukhori dan Tirmidzi)¹³

Akan tetapi pro-kontra terkait CSR sebagai kewajiban perseroan terbatas hingga saat ini tak kunjung menemui titik terang. Salah satu alasan mengapa para pelaku usaha menolak CSR dijadikan sebagai kewajiban perseroan, karena CSR akan kian membebani perseroan dan dapat mengurangi laba perseroan untuk pemilik atau pemegang saham,

¹² Q.S Al-A’raf Ayat 56

¹³ Hadits Bukhori dan Tirmidzi tentang tanggung jawab sosial

karena menurut mereka melaporkan CSR hanya saja dapat menambah biaya pengeluaran perseroan tersebut. Namun pada dasarnya dengan menerapkan CSR yang sebenarnya perusahaan akan mendapatkan manfaat yang jauh lebih besar daripada biaya yang telah mereka keluarkan.

CSR memang tidak terlihat memberikan hasil dalam jangka pendek. Namun CSR akan memberikan hasil yang baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang. CSR yang diungkapkan dalam laporan keuangan bisa digunakan investor dan masyarakat untuk menilai perusahaan dan dapat menambah citra baik perusahaan di lingkungan masyarakat. Jadi ketika CSR diungkapkan bisa meningkatkan tingkat profitabilitas dan citra perusahaan karena masyarakat akan memilih perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar.

Profitabilitas itu sendiri merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas bisa diproksikan dengan perhitungan rasio atau persentase. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva dan modal dari perusahaan sendiri. Berbagai aspek keuangan dalam perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan salah satunya adalah profitabilitas yang dihasilkan perusahaan tersebut.¹⁴ Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar dapat berhasil dalam hal kinerja keuangannya. Dalam hal ini profitabilitas juga digunakan oleh

¹⁴ Subramanyam ,K.R. Wild, Jhon J. Analisis Laporan Keuangan, Jakarta : Salemba Empat. 2016

pihak perusahaan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan manajemen demi kemajuan suatu perusahaan.

Penelitian ini akan meneliti pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan periode 2015-2018 dalam perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman dan menggunakan ROA sebagai variabel penilaian dari profitabilitas, karena ROA (*Return on Aset*) banyak digunakan oleh investor untuk pengambilan keputusan dalam melakukan investasi.

TABEL 1.1
DATA LABA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN
TAHUN 2016-2018

Dalam Milyaran Rupiah

NO	KODE	LABA BERSIH TAHUN BERJALAN		
		2016	2017	2018
1	FAST	172,605	166,999	212.011
2	CEKA	249.697	107.421	92.650
3	ALTO	26.000	62.000	(33.002.000)
4	ADES	56,019	38,623	52.958
5	ICBP	363.100	354.300	465.800
6	INDF	526.600	509.700	496.100
7	PTSP	4,509,517	10,245,713	19.726.369
8	ULTJ	692,061	718,402	702.345

(Sumber : www.idx.co.id, laporan keuangan tahunan, diolah 2019)

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dipenelitian selanjutnya peneliti mencoba untuk menguji kembali

“PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL

***RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN STUDI PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI ISSI 2016-2018***

D. Batasan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka peneliti membatasi hal sebagai berikut yakni penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2016-2018. Alasannya menggunakan perusahaan manufaktur karena keberadaan perusahaan manufaktur memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap internal maupun eksternal perusahaan. Disini penulis mengambil sampel perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman karena secara langsung sektor tersebut sangat berkaitan dengan lingkungan dan masyarakat.

Produk mereka pun lebih sering dikonsumsi masyarakat, oleh karenanya, sektor tersebut sangat berkontribusi besar bagi penopang perekonomian negara. Industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 6,33% terhadap PDB nasional dibandingkan dengan sektor industri yang lainnya. Oleh karena itu sektor ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan realisasi investasi.

Sektor makanan dan minuman memberi kontribusi mencapai Rp 29,14 Milyar. Karena industri ini terus menerus melakukan kegiatan operasional untuk memenuhi keinginan konsumen. Dikarenakan memiliki kontribusi yang sangat besar inilah perusahaan industri yang bergerak di sektor

makanan dan minuman sangat berkaitan terhadap pencemaran lingkungan sebagai dampak dari limbah produksi seperti sampah plastik, polusi udara dan tercemarnya air sungai akibat pembuangan limbah yang tidak terkendali, sehingga diharapkan pengungkapan CSR yang dilakukan menjadi lebih luas.¹⁵

E. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah didalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimanakah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan?
4. Bagaimana Pengungkapan CSR dan Profitabilitas dalam perspektif Ekonomi Islam?

F. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apakah semakin banyaknya aktivitas pengungkapan CSR dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

¹⁵ Priyadi. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial". *urnal Ilmu dan Riset Akuntansi* : Volume 5, Nomor 10, Oktober 2016

- b. Untuk mengetahui apakah dengan profitabilitas yang meningkat dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- c. Untuk mengetahui apakah keduanya secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau sebaliknya.
- d. Untuk mengetahui bagaimana penjelasan CSR dan profitabilitas dalam perspektif Islam.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sesuai dengan berkaitannya judul yang diteliti , sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan data sebagai bukti empiris dalam menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan hal *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan pengetahuan tentang analisis faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga berharap dapat memberikan masukan kepada perusahaan agar dapat memberi gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan mengimplementasikan tanggung jawab sosial lingkungannya sesuai dengan UU yang berlaku untuk lebih meningkatkan

kepeduliannya terhadap lingkungan sosial serta hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi penelitian selanjutnya untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

Sebelum peneliti masuk lebih dalam tentang penelitian ini, terlebih dahulu peneliti menjelaskan beberapa istilah yang terkait dengan judul penelitian ini agar tidak ada kesalahpahaman dalam pengartian variabel didalam judul penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. *Shari'ah Enterprise Theory*

Shari'ah enterprise theory adalah *enterprise theory* yang telah diinternalisasikan dengan nilai-nilai islam guna menghasilkan teori yang transendental dan lebih humanis. Dalam kata lain *enterprise theory* merupakan teori yang mengakui adanya pertanggung jawaban tidak hanya kepada pemilik perusahaan tetapi kepada kelompok *stakeholders* yang lebih luas. Hal ini karena konsep *enterprise* menunjukkan bahwa kekuasaan ekonomi tidak hanya dikuasai oleh satu pihak yaitu pihak *shareholders* tetapi berada pada pihak *stakeholders* juga.¹⁶ Oleh karena itu, *enterprise theory* ini lebih tepat untuk suatu sistem ekonomi yang mendasarkan diri pada nilai-nilai syariah. *Enterprise theory* masih perlu diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam agar dapat digunakan sebagai teori dasar bagi suatu ekonomi dan akuntansi Islam.

¹⁶ Iwan triyuwono, *Akuntansi Syariah Perspektif Metodologi, Dan Teori*. Jakarta : Rajawali Pers. 2012, h.354-355

Konsep *Corporate Social Responsibility* dalam Islam terdiri dari konsep zakat, konsep keadilan, konsep kemaslahatan dan konsep tanggung jawab. Konsep ini mendorong kepada pemahaman bahwa dalam harta sebenarnya tersimpan hak orang lain. Pemahaman ini tentu membawa perubahan penting dalam terminologi *syariah enterprise theory* yang meletakkan premisnya untuk mendistribusikan kekayaan berdasarkan kontribusi para partisipan yaitu partisipan yang memberikan kontribusi keuangan atau keterampilan.

Pemikiran ini dilandasi premis yang mengatakan bahwa manusia adalah *Khilafatullah fil Ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam. Premis tersebut mendorong *syariah enterprise theory* untuk mewujudkan nilai keadilan terhadap lingkungan manusia dan alam. Oleh karena itu, *syariah enterprise theory* akan membawa kemaslahatan bagi *stakeholders*, masyarakat dan lingkungan.

2. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Pencetus dari teori sinyal ini adalah Spence yang melakukan penelitian dengan judul *Job Market Signaling* pada tahun 1973. Spence menyatakan bahwa informasi asimetris terjadi pada pasar ketenagakerjaan.¹⁷ Oleh karena itu, Spence membuat suatu kriteria sinyal guna untuk menambah kekuatan pada pengambilan keputusan. Informasi merupakan unsur yang sangat penting bagi investor dan

¹⁷ Spence, Michael. 1973. *Job Market Signaling*, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol.87, No.3, August 1973

pelaku bisnis karena menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan dimasa yang akan datang mengenai prospek bisnis perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Asumsi dari teori sinyal adalah para manajer perusahaan memiliki informasi yang lebih akurat mengenai perusahaan yang tidak diketahui oleh pihak luar (investor). Hal ini akan mengakibatkan suatu asimetri informasi antara pihak yang berkepentingan. Asimetri informasi merupakan suatu kondisi dimana informasi privat yang hanya dimiliki investor yang hanya mendapat informasi saja.

Munculnya asimetri informasi menyulitkan investor dalam menilai kualitas perusahaan secara obyektif. Informasi yang dipublikasikan akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi diumumkan, pelaku pasar (investor) terlebih dahulu menginterpretasi dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik atau sinyal buruk. Jika pengumuman tersebut mengandung sinyal baik, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

3. *Stakeholder Theory*

Pada awalnya *stakeholder theory* diartikan bahwa perusahaan akan tetap bertahan dengan memperhitungkan pihak *stakeholder* yang dapat

mempengaruhi keberlangsungan perusahaan.¹⁸ Secara umum *stakeholder theory* dirangkum sebagai kumpulan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan *stakeholder* perusahaan yang berkontribusi bagi keberlangsungan perusahaan. Dalam teori *stakeholder* perusahaan harus memberikan manfaat kepada *stakeholder* dan keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh *stakeholder*.

Semua *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang memengaruhi mereka. Pada awalnya, pemegang saham sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan. Pandangan ini didasarkan pada argumen yang disampaikan Friedman¹⁹ yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman²⁰ tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang tidak menguntungkan (*adversarial group*) seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator.

Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan

¹⁸ Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

¹⁹ Friedman, Milton. 1962. *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press

²⁰ Freeman, R.E., and Reed. 1983. *Stockholders and stakeholders: a new perspective on corporate governance*

sendiri, namun harus pula memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Meskipun *stakeholder theory* mampu memperluas perspektif pengelolaan perusahaan dan menjelaskan dengan jelas hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*, teori ini memiliki kelemahan. Kelemahan dari *stakeholder theory* terletak pada fokus teori tersebut yang hanya tertuju pada cara-cara yang digunakan perusahaan dalam mengatur *stakeholder*-nya. Perusahaan hanya diarahkan untuk mengidentifikasi *stakeholder* yang dianggap penting dan berpengaruh dan perhatian perusahaan akan diarahkan pada *stakeholder* yang dianggap bermanfaat bagi perusahaan. Mereka yakin bahwa *stakeholder theory* mengabaikan pengaruh masyarakat luas terhadap penyediaan informasi dalam pelaporan keuangan.

Dalam merumuskan kebijakan perusahaan, manajer harus membuat strategi dengan memahami apa yang diharapkan oleh *stakeholder*. Strategi tersebut dapat diwujudkan dengan program CSR dan

mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Karena *stakeholder* sangat memperhatikan kebijakan yang dibuat perusahaan apakah sesuai dengan yang mereka inginkan atau tidak.

4. Teori Legitimasi

Menurut Suchman, legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi atau pendapat bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas atau perusahaan adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial.²¹ Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.

Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Teori tersebut dibutuhkan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan agar sesuai dengan masyarakat luas. Gray berpendapat bahwa legitimasi merupakan :

"... ...a systems-oriented view of the organisation and society ...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the State, individuals and groups"
22

Definisi tersebut mengatakan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap

²¹ Suchman, Mark C. 1995. *Managing Legitimacy : Strategic and Institutional Approaches*. *The Academic of Management Review*. Vol.20, No.3

²² Gray, et al, 1996. *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Enviromentan Reporting*. Prentice Hall Europe, Hemel Hempstead

masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat. Operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan dari masyarakat.

Menurut Deegan, Robin dan Tobin menyatakan bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam.²³

Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.²⁴ Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat

²³ Deegan C. 2004. *Introduction The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure A Teoritical Foundation. Accounting Auditing and Accountability Journal*. Vol.15, No.3

²⁴ Ang S. Lin Lindawati, dan Marsella E. Puspita, "Corporate Social Responsibility: Implementasi *Stakholder* dan *Legitimacy Gap* Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan", *Jurnal Akutansi Multiparadigma*, Vol. 6 No. 1 (April 2015), h. 163

mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

Menurut Carroll dan Bucholtz perkembangan tingkat kesadaran dan peradaban masyarakat membuka peluang meningkatnya tuntutan terhadap kesadaran kesehatan lingkungan. Lebih lanjut dinyatakan, bahwa legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* dapat dilakukan dengan integritas pelaksanaan etika dalam berbisnis serta meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan. Wibisono menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga image dan strategi perusahaan.

5. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sejauh ini ketika perusahaan terutama di Indonesia mendengar konsep CSR, maka banyak timbul berbagai persepsi menyangkut hal tersebut. Ada yang melihat CSR itu hanyalah identik dengan aktifitas lingkungan hidup saja tanpa memperdulikan aktifitas sosialnya atau bahkan masih banyak persepsi lainnya yang sifatnya setengah-setengah tidak menyeluruh dalam memahaminya, bahkan terlampau dangkal dalam memahami secara umum apa yang sebenarnya menjadi lingkup CSR tersebut.²⁵

Reaksi tersebut dapat dimengerti bahwa pemahaman sebagian kalangan dalam dunia bisnis terhadap konsep tanggung jawab sosial

²⁵ Dwi Kartini. *Corporate Social Responsibility*, Transformasi Konsep Sustainability dan Implementasi di Indonesia. Bandung : Refika Aditama. 2013 h.37

masih sangatlah lemah, karena menurut mereka CSR masih dianggap sebagai suatu aktifitas yang bersifat sukarela yang dilaksanakan dalam bentuk kedermwanaan, kemurahan hati dan promosi pihak perusahaan yang dikemas sebagai bentuk pemberian bantuan, belum lagi mereka mengartikan CSR sebagai upaya peningkatan citra perusahaan, ditengah kehidupan masyarakat yang diimplementasikan dalam berbagai kegiatan yang terstruktur dan bersifat jangka panjang. Oleh karena itu berikut adalah kajian teori tentang *Corporate Social Responsibility* yang akan dibahas lebih mendalam dalam bab ini.

a. Konsep *Triple Bottom Line*

Corporate social responsibility merupakan kepedulian perusahaan yang didasari atas tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah “*triple bottom line*” yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Istilah tersebut dipopulerkan oleh Jhon Elkington melalui bukunya yang berjudul “*Cannibals with Forks, The Triple Line Of Twentleth Century Business*”. Dalam buku tersebut Elkington menyampaikan bahwa perusahaan tidak lagi berpijak pada “*single bottom line*” saja yang berupa aspek ekonomi (dalam hal ini mencari laba saja), namun juga terdapat 2 aspek lainnya yaitu *people* dan *planet* sebagai berikut:

1) Keuntungan (*profit*)

Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan semaksimal mungkin demi menjaga kelancaran

kegiatan operasional perusahaan, faktor keuntungan ini bagi perusahaan memang diperlukan karena :

- a) Laba merupakan sebagai insentif atau pendorong untuk bekerja lebih efisien
- b) Laba yang dicapai merupakan ukuran standar perbandingan dengan bisnis lainnya

2) Kesejahteraan Masyarakat (*people*)

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat. Perusahaan berdiri ditengah-tengah masyarakat yang anggotanya adalah perorangan. Perusahaan harus bisa beradaptasi dan bersosialisasi terhadap mereka, sebab *people* atau masyarakat yang menjadi sumber kehidupan bagi perusahaan, apabila masyarakat tidak nyaman bahkan sampai marah kepada perusahaan mereka dapat memboikot produk perusahaan tersebut, akibatnya bisnis perusahaan tidak bisa hidup dan bertahan lama.

3) Lingkungan Hidup (*planet*)

Perusahaan harus peduli terhadap lingkungan hidup serta kelestarian keragaman hayati. Semakin maju sebuah perusahaan maka akan semakin banyak sumber daya alam yang dibutuhkan. Alam harus dipelihara jangan sampai dirusak dengan berbagai polusi udara dan air serta tanah.

Jika perusahaan tidak mampu menjaga kelestarian alam, maka *planet* lama kelamaan akan rusak. Hal ini sudah difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an bahwasannya telah terjadi kerusakan di bumi karena ulah tangan-tangan manusia, sehingga mereka akan merasakan akibatnya.²⁶

b. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengertian dan konsep CSR pada saat ini terus mengalami perkembangan, di Indonesia telah terdapat banyak kajian dan regulasi terhadap CSR seperti dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas dan UU Penanaman Modal. Dalam Undang-Undang No.40 tahun 2007 perihal tentang Perseroan Terbatas yang sering disingkat menjadi UUPT pada pasal 1 angka 3 menegaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan merupakan sebuah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan itu sendiri maupun masyarakat pada umumnya.

Dalam istilah lain dijelaskan juga bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah proses pengkomunikasian kegiatan perusahaan yang berdampak sosial maupun lingkungan

²⁶ Buchari Alma dan Doni Juni Priansa. Manajemen Bisnis Syariah (Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer). Bandung : Alfabeta. 2014 h.411-413

terhadap *stakeholder* dan masyarakat. Tanggung jawab perusahaan bisa diartikan lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk para pemegang saham. *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk melakukan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, masyarakat umum dan komunitas. Dengan komitmen tersebut diharapkan bisa bermanfaat bagi bisnis perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap respon masyarakat atas tindakan perusahaan yang bisa mempengaruhi penilaian pihak eksternal perusahaan.

Secara konseptual CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang artinya pihak perusahaan harus melihat jika CSR merupakan bentuk rasa kesetiakawanan terhadap sesama umat manusia yaitu membantu melepaskan pihak-pihak dari berbagai kesulitan yang mendera mereka.²⁷

Berdasarkan dari penjabaran teori diatas dapat dijelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan

²⁷ Irham Fahmi. Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi. Bandung : Alfabeta. 2014. h.293

bentuk rasa tanggung jawab dan kepedulian atas bisnis yang mereka dirikan dan jalankan terhadap *stakeholder* yang harus diimplementasikan melalui pengambilan sebagian laba yang mereka dapat untuk memecahkan masalah-masalah sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang menetap disekitar perusahaan.

c. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kegiatan CSR ditegaskan dalam undang-undang yakni UU No.40 tahun 2007 yang membahas tentang perseroan terbatas (PT). UU No.40 tahun 2007 pasal 74 yang berisi pada ayat (1) perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada ayat (2) tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana maksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan kewajaran. Pada ayat (3) perseroan yang tidak menjalankan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ayat (4) ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

d. Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, jika berbicara tentang CSR terdapat banyak definisi. Kata sosial sering diinterpretasikan sebagai kedermawanan. Padahal CSR terkait dengan *Sustainability* dan *Acceptability* artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat dan perusahaan ingin mempunyai keberlanjutan dalam jangka panjang. CSR merupakan elemen prinsip dari tata laksana kemasyarakatan yang baik. Bukan hanya bertujuan memberi nilai tambah bagi para pemegang saham. Pada intinya, pelaku CSR sebaiknya tidak memisahkan aktifitas CSR dengan *Good Corporate Governance* karena keduanya merupakan satu rangkaian kesatuan, maka CSR tidak hanya mencakup apa yang seharusnya dilakukan tetapi juga melihat apa yang sebaiknya dijalankan.²⁸

Menurut Hadi dalam Angga dan Ai ada beberapa faktor dan manfaat bagi perusahaan yang melakukan aktifitas CSR antara lain:

- 1) Motif sosial sebagai aktualisasi tanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat, membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat

²⁸ Muhammad Faroid dan Kholid Murtadlo. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan PT. Tirta Investama Keboncandi pada Masyarakat Desa Jeladri Pasuruan. *Jurnal Sketsa Bisnis*. Vol.1, No.1 Agustus 2014. h.5-6

- 2) Menjalin hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat
- 3) Merupakan implementasi filosofi perusahaan
- 4) Tanggung jawab terhadap pemegang saham
- 5) Membangun image positif perusahaan
- 6) Merupakan komitmen dan cita-cita perusahaan
- 7) Mendukung investasi jangka panjang

Manfaat lain yang muncul akibat melakukan program CSR secara rutin dan berkesinambungan ialah :

1) Menciptakan Pemberdayaan Masyarakat

Istilah pemberdayaan berarti kemampuan, tenaga dan kekuasaan. Dengan demikian, secara harfiah pemberdayaan masyarakat dapat diartikan sebagai peningkatan kemampuan, tenaga, kekuatan dan kekuasaan. Menurut ife dalam illona mengemukakan bahwa pemberdayaan berarti membantu perusahaan dengan sumber daya, kesempatan, pengetahuan dan keahlian untuk meningkatkan kapasitas entitas sehingga berpartisipasi untuk menentukan masa depan perusahaan.

Tujuan dari pemberdayaan masyarakat itu aialh untuk meningkatkan kekuatan orang-orang yang lemah dari belenggu kemiskinan yang menghasilkan sesuatu situasi dimana kesempatan-kesempatan ekonomis tertutup bagi mereka. Salah satu indikator keberdayaan masyarakat

adalah kemampuan dan kebebasan untuk membuat pilihan yang terbaik dalam menentukan atau memperbaiki kehidupannya dimasa mendatang.

2) Menciptakan Kesejahteraan Masyarakat

Program CSR merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk meminimalisir resiko sosial serta sarana untuk meningkatkan citra dimata publik. Salah satu implementasi program CSR adalah dengan kegiatan pengembangan masyarakat. Menurut Fadil dan Yulianto dalam Illona menjelaskan bahwa kegiatan yang mencakup upaya baik langsung maupun tidak langsung yang ditujukan untuk pengembangan sumber daya manusia, perbaikan kualitas hidup, penyembuhan dan pencegahan masalah sosial yang dianggap sebagai pencipta kesejahteraan masyarakat.

3) Menciptakan Kemandirian Masyarakat

Kemandirian masyarakat merupakan aspek terpenting dalam komunikasi pembangunan. Menurut Indara dalam Illona, kemandirian adalah kemampuan untuk menghadapi masalah dan bertanggung jawab atas dirinya tanpa merugikan orang lain. Salah satu tujuan dilakukannya CSR adalah untuk menciptakan kemandirian masyarakat yang mencerminkan sikap seorang suatu bangsa mengenai

dirinya, masyarakat serta semangat dalam menghadapi tantangan.

e. Permasalahan dalam bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara umum

Ada beberapa permasalahan umum yang terjadi yang menyebabkan program CSR tidak dilaksanakan selama ini dengan baik, yaitu :

- 1) Masih kurangnya pemahaman pihak perusahaan dalam melihat keuntungan penerapan CSR bagi suatu entitas.
- 2) Masih banyak perusahaan yang tidak mau menjalankan program CSR karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya.
- 3) Tekanan dari pihak pemerintah untuk menerapkan CSR belum begitu kuat. Dan itu termasuk masih lemahnya tekanan dari pihak lembaga swadaya masyarakat (LSM). Dan ini terbukti dengan tidak adanya sanksi kuat bagi perusahaan yang melanggar ketentuan dari CSR.
- 4) Lebih jauh lagi konsep CSR lebih dilihat sebagai keputusan yang dilakukan atas dasar bisa memberi keuntungan pada perusahaan. Seperti harapan bisa menaikkan harga saham perusahaan, bisa ikut tender proyek dll. Sehingga belum melihat pada dampak keuntungan secara jangka panjang.

f. Fungsi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pentingnya keberadaan CSR dalam suatu perusahaan dapat dijelaskan melalui beberapa poin penting diantaranya adalah :

1) Menyeimbangkan Kekuasaan dengan Tanggung Jawab

Perusahaan bisnis modern memiliki banyak kekuasaan dan pengaruh. Kebanyakan orang percaya bahwa tanggung jawab harus menyertai kekuasaan. Sebagai contoh perusahaan yang tanpa berperasaan dalam pembuangan limbah beracunnya melalui cerobong asap atau hal lain mungkin menghadapi kemarahan publik yang kemudian akan memberlakukan pembatasan perkembangan perusahaannya atau memberikan semacam hukuman pada mereka.

2) Menghambat Peraturan Pemerintah

Salah satu pendapat yang paling menarik bagi para pendukung bisnis adalah bahwa tindakan sosial sukarela dapat menahan peningkatan jumlah peraturan pemerintah. Beberapa peraturan dapat mengurangi kebebasan baik untuk keperluan bisnis maupun masyarakat dan kebebasan adalah hal-hal yang diinginkan oleh masyarakat. Dalam hal bisnis peraturan cenderung menambah biaya ekonomi dan membatasi fleksibilitas dalam pengambilan keputusan.²⁹

3) Meningkatkan Citra Bagi Perusahaan

²⁹ Wawan Dewanto, et al. Inovasi dan Kewirausahaan Sosial. Bandung : Alfabeta. 2013. h.170

Masyarakat umum cenderung memiliki pendapat yang tidak baik mengenai bisnis karena menurut mereka bisnis itu merupakan kegiatan kotor, baik cara maupun penipuan pada konsumen, menghalalkan segala cara untuk melesat dan produknya laku keras dipasaran. Dalam rangka menanggukhan gambaran yang kurang baik ini, banyak pemimpin usaha bekerja keras demi meyakinkan masyarakat bahwa bisnis banyak menciptakan banyak kebaikan bagi masyarakat, selain menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan dan dibutuhkan oleh banyak orang, bisnis juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang menganggur, bisa meningkatkan pendapatan dan normalnya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Oleh karena itu sebuah perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial menjadi simbol bagi apa yang mungkin dapat dicapai, sehingga menunjukkan bahwa bisnis tidak selalu “penjahat” seperti anggapan masyarakat awam.

g. Indikator Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ada beberapa indikator keberhasilan yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan program CSR, yaitu :

1) Indikator Internal (kualitatif)

a) Ukuran Primer

- *Minimize* yaitu meminimalisir perselisihan atau konflik antara perusahaan dengan masyarakat dengan harapan terwujudnya hubungan yang harmonis dan kondusif
- *Asset* yaitu terjaga dan terpeliharanya aset perusahaan yang terdiri dari pemilik/pimpinan perusahaan, karyawan, pabrik, dan fasilitas pendukungnya dengan aman
- *Operational* yaitu seluruh kegiatan suatu entitas berjalan aman serta lancar

b) Ukuran Sekunder

- Tingkat penyaluran dan kolektabilitas
- Tingkat *compliance* atau mengikuti pada aturan spesifikasi standar yang berlaku

c) Indikator Eksternal

- Indikator Ekonomi yaitu tingkat penambahan kualitas sarana dan prasarana umum, tingkat peningkatan kemandirian masyarakat secara ekonomis, tingkat peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat secara berkelanjutan.
- Indikator Sosial yaitu frekuensi terjadinya gejala atau konflik sosial, tingkat kualitas hubungan sosial

antara perusahaan dengan masyarakat, tingkat kepuasan masyarakat.³⁰

h. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Perspektif Islam

Masyarakat di dunia kini mempunyai kesadaran yang makin tinggi terhadap pentingnya bisnis berbasis kemanusiaan, tidak sedikit perusahaan yang menjadikan CSR sebagai inti dalam sebuah bisnis. Namun persoalannya, praktik CSR selama ini menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan yang menjalankan CSR seadanya dan belum berjalan dengan prinsip yang baik. Apabila dicermati praktik CSR yang belum efektif sejatinya disebabkan oleh paradigma CSR yang masih didominasi oleh prinsip ekonomi konvensional yang berhaluan kapitalisme, sehingga kegiatan-kegiatan CSR yang seharusnya menguntungkan kedua pihak, yaitu perusahaan dan masyarakat, berubah menjadi hanya menguntungkan pihak perusahaan.

Corporate Social Responsibility dalam perspektif ekonomi islam merupakan konsekuensi *inhern* dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariat islam (*Maqasshid al-Syariah*) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan.

Bisnis dalam islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus

³⁰ Winda Dwi Novita Sari dan Andayani. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Masyarakat di Lingkungan Sekitar Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. Vol.3 No.1. 2014 h.7

strategis karena bukan sekedar diperbolehkan dalam islam melainkan telah diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an yang dijelaskan dalam Surah Al-Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ

Artinya : apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Q.S Al-Jumu'ah : 10)³¹

Sebenarnya dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral tetapi juga merupakan sebuah strategi agar perusahaan tetap *survive* dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat banyak biaya yang harus ditanggung oleh pihak perusahaan. Dan sebaliknya apabila perusahaan melakukan atau melaksanakan CSR dengan baik dan aktif mengimbangi hak-hak dari semua *stakeholders* berdasarkan kewajiban, martabat dan keadilan serta memastikan distribusi kekayaan yang adil, maka akan sangat bermanfaat bagi perusahaan di masa mendatang, contohnya seperti meningkatkan kepuasan, menciptakan lingkungan kerja yang aktif dan sehat,

³¹ Q.S Al-Jumuah ayat 10

mengurangi stress kerja pada karyawan dan juga dapat meningkatkan distribusi kekayaan dalam masyarakat.

Tujuan keadilan sosial ekonomi dan distribusi kekayaan serat pendapatan yang merata merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam falsafah moral islam dan didasarkan pada komitmennya terhadap persaudaraan dan kemanusiaan.³²

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya *Ruh* sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif islam dengan CSR secara universal, yaitu :

1. *Al-Adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kedzaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis.

Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial dan hak alam semesta. Jadi, kesimbangan alam dan

³² Ali Syukron. CSR dalam perspektif islam dan perbankan syariah. *Economic : Jurnal Ekonomi dan Hukum islam*, Vol.5 No.1

keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. Islam juga melarang segala bentuk penipuan, *gharar* (spekulasi), *najsi* (iklan palsu), *ihtikar* (menimbun barang) dan segala sesuatu yang merugikan pihak lain. Seperti dibahas dalam Al-Qur'an surah Al-Huud Ayat 85.

2. *Al-Ihsan*

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individual maupun berkelompok. Implementasi CSR dengan semangat *ihsan* akan dimiliki setika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. *Ihsan* adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur *ihsan* dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*. Di dalam Al-Qur'an juga telah di bahas dalam Q.S Al-Baqarah ayat 195.

3. Manfaat

Konsep *ihsan* sebelumnya telah dijelaskan diatas seharusnya dapat memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat baik di internal maupun eksternal perusahaan. Konsep manfaat dalam CSR lebih dari aktifitas ekonomi. CSR sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait dengan bentk philanthropi dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marjinal serta pelestarian lingkungan. Dalam hadits juga telah dijelaskan bahwa “Dan sebaik-baiknya manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya”. (HR Thabrani dan Daruquthni).

4. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan *iktikad* yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya alam dan manusia secara luas maupun dalam lingkup perusahaan. *Corporate Social Responsibility* memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas serta menghindari perbuatan tidak terpuji

dalam setiap aktifitas bisnis. Amanah dalam perusahaan dapat dilakukan dalam pelaporan yang transparan kepada yang berhak serta amanah dalam pembayaran pajak, pemberian gaji karyawan dan lain sebagainya. Amanah dalam skala besar dapat merealisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan. Dan telah dijelaskan dalam Q.S An-Nisa ayat 58.

Dalam perspektif islam, kebijakan perusahaan dalam mengemban tanggung jawab sosial atau CSR terdapat 3 bentuk implementasi yang dominan, yaitu :

- a. Tanggung jawab sosial terhadap para pelaku dalam perusahaan dan *stakeholders*.
- b. Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan.
- c. Tanggung jawab sosial terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

Islam sangat mendukung *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang

kewajibannya terpisah dari pemiliknya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut.

CSR secara islami merupakan CSR yang merujuk pada praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara syariah islam. Perusahaan memasukkan norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial didalam praktik bisnisnya. Dipandang dari perspektif pembangunan secara luas, CSR menunjukan pada kontribusi perusahaan terhadap konsep pembangunan berkelanjutan yakni pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan generasi saat ini tanpa terabaikan kebutuhan generasi masa mendatang. Secara umum CSR dimaknai sebagai sebuah cara perusahaan berupaya mencapai sebuah keseimbangan antara tujuan-tujuan ekonomi, lingkungan dan sosial masyarakat. Sebagaimana diterangkan dalam firman Allah Q.S Al-Baqarah ayat 261 :

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَتَتْ سَنَابِلَ سَعٍ سَابِلٍ فِي كُلِّ سُتْبَلَةٍ مَائَةٌ

حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya : perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh butir, pada tiap-tiap butir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah maha

*luas (karunia-Nya) lagi maha mengetahui. (Q.S Al-Baqarah : 261)*³³

6. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan proses komunikasi dari efek yang ditimbulkan akibat aktifitas perusahaan terhadap masyarakat. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan perusahaan dalam fokus ekonomi.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan dapat menjadi bahan untuk penilaian investor, kreditur maupun masyarakat terhadap keberlangsungan aktifitas perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholders*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukannya. Makin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan, maka *stakeholders* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan kepada perusahaan atas segala aktifitas yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba serta pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan.

Dengan prinsip *responsibility*, penegakan diberikan pada kepentingan *stakeholders* perusahaan. Dalam hal ini perusahaan

³³ Q.S Al-Baqarah ayat 261

diharuskan memperhatikan kepentingan *stakeholders* perusahaan, menciptakan nilai tambah dari produk dan jasa bagi *stakeholders* perusahaan dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya.

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom lines*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. Tetapi juga tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu *profit, people* dan *planet*.³⁴ Dalam hal ini *bottom lines* lainnya selain keuangan adalah sosial dan lingkungan. Keberhasilan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.³⁵

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dapat diukur dengan cara menghitung indeks pengungkapan sosial. Indeks pengungkapan sosial perusahaan diukur melalui beberapa tahap, yaitu :

- a. Melakukan ceklis terhadap item-item yang berhubungan dengan kategori pengungkapan sosial perusahaan yang tercantum dalam laporan tahunan perusahaan.
- b. Menjumlah item-item yang telah di ceklis.

³⁴ Hendrik Budi Untung, *corporate social responsibility*, 2008, Jakarta : Sinar Grafika, h.25

³⁵ Rahadhini, peran *republic relations* dalam membangun citra perusahaan melalui program *corporate social responsibility*, jurnal ekonomi dan kewirausahaan, Vol.10 No. 1 April 2010, h.14

- c. Membagi total item yang telah di ceklis dengan 87 item sesuai dengan pedoman GRI G4.

Dalam penelitian ini, acuan yang digunakan untuk mengukur pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yaitu menggunakan konsep GRI versi 4 karena merupakan konsep pengukuran CSR versi terbaru. GRI G4 memiliki dua pengungkapan yaitu pengungkapan umum dan spesifik. Pengungkapan umum terdiri dari tujuh kategori dan pengungkapan spesifik terdiri dari tiga kategori.³⁶

a. Sejarah GRI (*Global Reporting Initiative*)

GRI didirikan di Boston tahun 1997. Akarnya terletak pada organisasi nirlaba AS, koalisi untuk ekonomi bertanggung jawab lingkungan (CERES) dan Tellus Institute. Program lingkungan perserikatan Bangsa-Bangsa (UNEP) juga terlibat dalam pembentukan GRI. Mantan Direktur Eksekutif CERES Dr. Robert Massie dan pejabat Kepala Eksekutif Dr. Allen White memelopori kerangka kerja untuk pelaporan lingkungan di awal tahun 1990-an dan sebagai hasilnya, departemen proyek Global Reporting Initiative didirikan pada tahun 1997 untuk mengembangkan kerangka kerja. Tujuannya adalah untuk menciptakan mekanisme

³⁶ Nuzula. "Analisis Pelaporan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Induk Dan Subsidiary Tahun 2014 (Studi pada Perusahaan Induk dan Subsidiary yang Terdaftar di BEI dan Menggunakan Pedoman GRI-G4)". Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 41 No.1, 2016

akuntabilitas untuk memastikan perusahaan mengikuti prinsip CERES untuk perilaku lingkungan yang bertanggung jawab. Investor adalah target audiens asli kerangka kerja tersebut.

Pada tahun 1998, GRI membentuk komite pengarah multi pemangku kepentingan untuk mengembangkan panduan organisasi. Mandat penting dari komite pengarah adalah untuk melakukan lebih dari sekedar lingkungan. Atas saran tersebut, ruang lingkup kerangka kerja diperluas untuk mencakup masalah sosial, ekonomi dan tata kelola. Panduan GRI menjadi kerangka pelaporan keberlanjutan dengan pedoman pelaporan sebagai intinya.

Pada tahun 2000, GRI meluncurkan versi pertama pedoman ini, mewakili kerangka kerja global pertama untuk pelaporan keberlanjutan yang komprehensif.

Pada tahun 2001, atas saran komite pengarah GRI, CERES membentuk GRI menjadi lembaga nirlaba yang terpisah dan independen.

Pada tahun 2002, GRI pindah ke Amsterdam, Belanda dan secara resmi dilantik sebagai organisasi kolaborasi UNEP di hadapan sekretaris jendral PBB Kofi Annan.

Pada tahun 2003, GRI meluncurkan Program Pemangku Kepentingan Organisasi, yang memungkinkan organisasi terpilih pendukung inti GRI untuk menempatkan nama mereka pada misi

GRI, menyumbangkan keahlian mereka, memainkan peran tata kelola yang penting dan berinvestasi dalam GRI melalui kontribusi keuangan tahunan. Program OS mencakup perusahaan dan organisasi yang diambil dari masyarakat sipil, bisnis, lembaga mediasi, akademisi, tenaga kerja, lembaga publik dan lembaga antar pemerintah. 2003 juga menyaksikan penunjukkan pertama dan pertemuan awal dewan pemangku kepentingan GRI (SC). Tujuan SC adalah untuk bertindak sebagai forum kebijakan pemangku kepentingan formal dalam struktur tata kelola GRI dan memberikan nasihat kepada dewan tentang isu-isu strategis. Fungsi tata kelola utama SC meliputi menunjuk anggota dewan dan membuat rekomendasi tentang kebijakan di masa depan, perencanaan bisnis dan kegiatan bisnis.

Pada tahun 2005, komite penasihat teknis GRI (TAC) diluncurkan untuk membantu dewan dan sekretariat GRI dalam menjaga kualitas dan koherensi keseluruhan kerangka kerja GRI dengan memberikan saran dan keahlian teknis tingkat tinggi.

Pada tahun 2006, permintaan akan panduan pelaporan keberlanjutan GRI terus berkembang dan ini semakin didorong oleh peluncuran panduan generasi ketiga, G3. Lebih dari 3000 pakar dari bisnis, masyarakat sipil, dan gerakan buruh berpartisipasi dalam pengembangan G3, menyoroti pendekatan multi pemangku kepentingan yang sesungguhnya di jantung

kegiatan GRI. Bersamaan dengan itu, GRI meluncurkan Taksonomi XBRL pertamanya untuk G3.

Pada tahun 2007, fokus utama GRI selalu menjadi publikasi. Publikasi pendidikan dan penelitian dan pengembangan sering diproduksi oleh GRI, sering kali bekerja sama dengan lembaga akademik, pusat keunggulan global dan badan penetapan standar lainnya. 2007 menyaksikan rilis publikasi pembelajaran GRI bernama *Pathways I*. Publikasi ini dimaksudkan untuk memberikan panduan langkah demi langkah untuk pembuatan laporan dan pengguna dari semua tingkatan dan jenis. GRI juga meluncurkan dokumen tautan UNGC GRI. Tujuannya adalah untuk memberikan saran dan dukungan untuk menghubungkan pelaporan keberlanjutan berbasis GRI dengan *Global Compact Communication on Progress*.

Pada tahun 2008, GRI merilis pedoman sektor pertamanya untuk sektor jasa keuangan. Pedoman sektor dimaksudkan untuk menangkap isu-isu keberlanjutan unik yang dihadapi berbagai industri dan disusun oleh kelompok kerja multi pemangku kepentingan. Perjangkauan GRI meluas lebih jauh ketika membentuk aliansi dengan Piagam Bumi deklarasi prinsip-prinsip etika mendasar untuk membangun masyarakat global yang adil, berkelanjutan dan damai. Sebagai bagian dari aliansi tersebut, GRI menerbitkan sebuah dokumen yang merinci sinergi antara pedoman

G3 dan Piagam Bumi. Piagam Bumi, GRI dan *Global Compact*. Panduan untuk pengguna tentang sinergi dalam aplikasi. GRI juga merilis Learning Publication : Pathways II. Bagi organisasi yang mempertimbangkan pelaporan untuk pertama kalinya, GRI merilis dua publikasi lebih lanjut yaitu Titik Awal I dan Titik Awal II.

Pada tahun 2009, layanan untuk pengguna GRI diperluas hingga mencakup sertifikasi perangkat lunak, dalam bentuk program perangkat lunak dan alat GRI. Program ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten GRI dalam perangkat lunak dan alat digital digunakan secara akurat. GRI juga merilis program Jaringan Aksi Global untuk transparansi dalam rantai Suplai (GANTSCh) kemudian dinamai *Business Transparency Program* (BTP).

Pada tahun 2010, menyaksikan rilis sejumlah publikasi GRI dan ISO 26000 : *Cara menggunakan pedoman GRI dalam kombinasi dengan ISO 26000 dan wortel dan tongkat – mempromosikan transparansi dan keberlanjutan*. GRI juga merilis dua pedoman Sektor baru yaitu pedoman makanan dan LSM.

Pada tahun 2011, GRI membuka Focal Point kelima di AS. Pedoman G3.1 : Pembaruan dan penyelesaian G3 dengan panduan diperluas tentang pelaporan gender, kinerja masyarakat dan hak asasi manusia dirilis. GRI juga meluncurkan kampanye “laporkan atau jelaskan” yang tersebar luas.

Pada tahun 2012, GRI menjadi tuan rumah Konferensi Australia pertamanya di Melbourne. Pada tahun yang sama GRI US Focal Point mengadakan dua konferensi. Konferensi kunci yang mendominasi tahun ini adalah konferensi perserikatan bangsa-bangsa tentang pembangunan berkelanjutan Rio +20. GRI mengadakan sejumlah acara sampingan selama konferensi dan merupakan bagian dari koalisi ekonomi hijau dan koalisi pelaporan berkelanjutan korporat yang dipimpin oleh investor Aviva.

Pada tahun 2013, GRI merilis generasi keempat dari pedomannya yaitu GRI G4 yang menawarkan prinsip pelaporan, pengungkapan standar dan manual implementasi untuk persiapan laporan keberlanjutan oleh organisasi dari berbagai sektor.

Pada tahun 2014, layanan indeks konten GRI diluncurkan, menyediakan layanan verifikasi untuk akurasi dan penyelarasan indeks konten laporan berbasis G4 dan selanjutnya, versi taksonomi terbaru yang mencakup G4, G3.1, G3 diluncurkan.

Pada tahun 2015, GRI meluncurkan ujian GRI G4 tahun 2015 ada sebanyak 60 pertanyaan yang memungkinkan individu untuk mendapatkan akreditasi pada kemampuan mereka untuk menggunakan pedoman G4 GRI. GRI juga meluncurkan publikasi penelitian yang diproduksi bersama dengan spesialis investasi RobecoSAM. Publikasi ini mengeksplorasi materialitas dan perspektif reporter, menggunakan data dari dua sektor ekonomi

Pada tahun 2016, tepatnya di bulan oktober 2016 GRI meluncurkan standar global pertama untuk pelaporan keberlanjutan. Dikembangkan oleh dewan standar keberlanjutan global. Standar GRI memungkinkan semua organisasi untuk melaporkan secara publik tentang dampak ekonomi, lingkungan dan sosialnya, dan menunjukkan bagaimana mereka berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan. Standar GRI juga merupakan referensi terpercaya bagi para pembuat kebijakan dan regulator serta memiliki struktur modular sehingga dapat terus diperbarui dan relevan.

b. Pengertian *Global Reporting Initiative* (GRI)

GRI adalah sebuah organisasi yang menyediakan kerangka kerja untuk pelaporan keberlanjutan yang dapat diadopsi oleh semua organisasi di semua negara. GRI dibentuk oleh organisasi Amerika yang berbasis nirlaba yaitu *Coalition for Environmental Responsible Economies* yang didukung oleh UNEP pada tahun 1997. GRI adalah multi organisasi berbasis jaringan. Sekretariat pusat berkantor di Amsterdam, Belanda. Sekretariat bertindak sebagai penghubung untuk mengkoordinasikan kegiatan banyak mitra jaringan GRI. GRI memiliki kantor regional Focal Point di Australia, Brazil, China, India dan Amerika.

Pedoman laporan GRI adalah landasan dari kerangka pelaporan berkelanjutan GRI. Pedoman ini diterbitkan pada tahun 2006. Namun, setelah penerbitan pedoman ini, terjadi perbaikan yang disarankan oleh dewan-dewan direksi dan versi terbaru diterbitkan pada tahun 2010 yaitu GRI G3.1. pedoman ini dibagi menjadi dua bagian antara lain :

1) Bagian 1 : prinsip dan pedoman pelaporan

- a) Prinsip untuk menetapkan isi laporan adalah materialitas, pemangku kepentingan, konteks dan kelengkapan berkelanjutan.
- b) Prinsip untuk menetapkan kualitas laporan , keseimbangan, perbandingan, kecermatan, ketepatan waktu, kejelasan dan keterandalan.
- c) Prinsip untuk menetapkan batas laporan.

2) Bagian 2 : standar pengungkapan

- a) Standar dan analisis
- b) Profil perusahaan
- c) Parameter laporan
- d) Tata kelola, komitmen dan keterlibatan
- e) Pendekatan manajemen dan indikator kinerja.

7. Profitabilitas

a. Definisi Profitabilitas

Profitabilitas merupakan laba atau keuntungan yang dihasilkan perusahaan dalam satu periode. Profitabilitas digunakan perusahaan untuk mengukur pertumbuhan perusahaan dan nilai perusahaan berkaitan dengan evaluasi dan pembuatan keputusan dalam perusahaan. Rasio profitabilitas dapat memberikan jawaban akhir mengenai seberapa efektif manajemen mengelola perusahaan. Karena perusahaan adalah sebuah badan usaha atau organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan dengan cara menjual produk kepada para konsumennya. Tujuan dari operasional tersebut untuk memaksimalkan profit, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, profitabilitas juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan.³⁷ Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal. Rasio profitabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja perusahaan. Kinerja yang baik akan ditunjukkan melalui keberhasilan yang diperoleh manajemen dalam mendapatkan laba yang maksimal bagi perusahaan.

³⁷ Hery. Analisis laporan keuangan. Jakarta : PT. Grasindo. 2016 h.192

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan suatu entitas. Pengukurannya dapat dilakukan untuk beberapa periode. Tujuannya untuk memonitoring dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan melakukan analisis rasio keuangan secara berkala memungkinkan bagi manajemen untuk secara efektif menetapkan langkah-langkah perbaikan dan efisiensi.

b. Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya, ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan maupun *stakeholders* yang terkait dengan perusahaan.

Berikut ini tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan, yaitu :

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
- 2) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 3) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total aset.

- 4) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total ekuitas.

c. Jenis Rasio Profitabilitas

1) *Return on Asset (ROA)*

Rasio yang sering digunakan dalam mengukur profitabilitas dan yang digunakan penulis dalam mengukur rasio profitabilitas salah satunya adalah *Return on Asset (ROA)*, karena dapat merefleksikan keuntungan bisnis dan efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan total aset yang ada dalam perusahaan. Rasio tersebut mewakili rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam penggunaan asetnya.³⁸ Rumus ROA yaitu membagi total aset dengan laba bersih setelah pajak.

d. Profitabilitas dalam Konsep Islam

Profitabilitas atau keuntungan merupakan salah satu unsur penting dalam perdagangan atau perniagaan. Untung dalam bahasa arab disebut *al-ribh* yang diartikan dengan pertambahan atau pertumbuhan perdagangan. Siddiqi dalam buku Muhammad “*Manajemen Keuangan Syariah*”, mengungkapkan perlunya dalam memperoleh profit maksimal, namun dia juga menyebutkan bahwa perlunya konsep “suka sama suka” dalam islam akan mengarahkan

³⁸ Rahayuningsih, pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi, jurnal ekonomi, 2018, h.30

kepada keadilan masyarakat dan “memperhatikan kesejahteraan orang lain” harus menjadi tujuan utama.³⁹

Dalam penelitian terdahulu telah dilakukan penelitian yang bertujuan untuk menggali konsep laba dari perspektif islam menggunakan hermeneutika. Fokus analisis hermeneutika pada teks sebagai sumber data penelitian yang digunakan untuk menemukan perspektif baru dengan menggunakan konsep laba akuntansi konvensional dan ayat-ayat dalam Al-Qur'an terutama yang berkaitan dengan perniagaan, perdagangan, keuntungan dan kerugian. Dijelaskan kandungan Q.S Ash-Shura ayat 20 yaitu mengajarkan bahwa apabila manusia hanya mengingat keuntungan duniawi saja, maka Allah SWT akan menambah keuntungan duniawi tersebut sedikit saja tanpa memberi keuntungan akhirat. Sementara apabila manusia menginginkan keuntungan di akhirat, maka akan mendapatkan keduanya, yaitu dunia dan akhirat.

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ ۖ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ

مِنْ نَصِيبٍ

*Artinya : barang siapa yang menghendaki keuntungan di akhirat akan kami tambah keuntungan itu baginya dan barang siapa yang menghendaki keuntungan di dunia kami berikan kepadanya sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bahagia pun di akhirat.*⁴⁰

8. Nilai perusahaan

³⁹ Muhammad. “Manajemen Keuangan Syariah”. (Yogyakarta UPP STIM YKPN, 2014). h.35

⁴⁰ Q.S Ash-Shura ayat 20

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Nilai perusahaan yang tercermin dalam harga pasar perusahaan merupakan nilai yang sangat dibutuhkan oleh investor. Harga saham sangat berkaitan erat dengan nilai perusahaan, karena investor sangat memperhatikan nilai perusahaan sebagai faktor penilaian perusahaan. Pada umumnya perusahaan akan memaksimalkan nilai perusahaan, namun dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan kadang terjadi konflik dengan penyedia dana. Jika perusahaan beraktivitas dengan lancar, maka nilai saham perusahaan juga akan meningkat. Ketika kinerja

perusahaan baik maka perusahaan tersebut bisa dikatakan sebagai perusahaan yang baik. Nilai perusahaan yang baik bisa dilihat dari harga sahamnya yang baik juga. Peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham mencerminkan bahwa terjadinya peningkatan nilai perusahaan.

b. Jenis-Jenis Nilai Perusahaan

Menurut Yulius dan Tarigan, terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, yaitu:

1) Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.

2) Nilai Pasar

Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3) Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan

sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4) Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

5) Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

c. Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang sering disebut rasio penilaian. Menurut Sudana, rasio penilaian merupakan suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal. Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai bukunya. Berikut beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode

untuk mengukur nilai perusahaan, salah satunya diproksikan dengan Tobins'Q

1) Pengertian Tobins'Q

Tobins'Q atau bisa disebut Tobins'Q theory atau Q ratio adalah salah satu alat ukur atau rasio yang mendefinisikan nilai perusahaan sebagai bentuk dari nilai kombinasi antara aset berwujud dan aset tak berwujud. Untuk melakukan penilaian terhadap Tobins'Q, maka nilai terendah Tobins'Q yaitu berkisar di antara 0 dan 1. Hal ini mengindikasikan bahwa biaya ganti aset suatu perusahaan lebih besar dibandingkan nilai pasar perusahaan. Hal ini juga menunjukkan bahwa pasar memberi penilaian kurang terhadap perusahaan. Nilai Tobins'Q perusahaan dianggap tinggi jika memiliki nilai besar dari satu (>1). Hal ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan lebih besar dari nilai aset perusahaan yang tercatat. Hal ini juga menunjukkan bahwa pasar memberi penilaian lebih terhadap perusahaan.

2) Rumus dan Cara Mengukur Kinerja Perusahaan dengan Tobins'Q

Secara umum, Q ratio atau Tobins'Q dapat diukur atau dihitung dengan cara membagi nilai pasar suatu emiten dengan nilai pengganti aktiva perusahaan. Pengukuran Tobin's Q

dirumuskan dengan cara nilai pasar ekuitas dijumlahkan dengan total hutang kemudian dibagi dengan total aset.

Umumnya, nilai pasar yang digunakan yaitu mengacu pada nilai kapitalisasi pasar suatu perusahaan. Dalam hal ini, untuk mendapatkan nilai kapitalisasi pasar, dapat mengalikan antara jumlah saham beredar dan harga saham perusahaan, harga saham yang digunakan yaitu per 31 desember tahun bersangkutan.

3) Alasan Kenapa Menggunakan Tobins'Q

Mengapa menggunakan Tobins'Q sebagai alat ukur nilai perusahaan. Sesuai dengan definisi dan pengertiannya maka alasan memakai Tobins'q sebagai variabel pertimbangan adalah karena pengukuran kinerja dengan memakai Tobins'Q setidaknya mampu memberikan gambaran mengenai aspek fundamental perusahaan dan pandangan pasar terhadap perusahaan.

Selain itu, Tobins'Q juga dapat mewakili beberapa variabel penting terutama dalam mengukur kinerja perusahaan. Sebagai contoh, aset tercatat perusahaan, variabel modal intelektual dan tren pasar. Terkhusus Q ratio juga sering dipakai sebagai alat ukur untuk menilai modal intelektual suatu perusahaan, misalnya seperti apa kekuatan monopoli perusahaan, peluang pertumbuhan dan sistem manajemen perusahaan. Dengan

adanya modal intelektual inilah yang menjadi salah satu faktor kenapa pasar memberikan penilaian lebih terhadap perusahaan.

Bahkan, jika anda melakukan analisis terhadap suatu perusahaan dengan melihat laporan keuangan tahunan mereka, pasti akan menemukan banyak perusahaan yang tidak memiliki aset berwujud yang signifikan. Namun, pasar mau memberi nilai lebih terhadap perusahaan tersebut. Hal inilah yang menjadi dasar dan alasan kenapa Tobins'Q digunakan sebagai alat ukur yang paling sering digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan.

4) Kelebihan dan Kekurangan Tobins'Q

Berikut beberapa kelebihan dan kekurangan Tobins'Q antara lain :

a) Kelebihan atau Keunggulan Tobins'Q

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, ini adalah beberapa kelebihan atau keunggulan menggunakan Tobins'Q dalam mengukur kinerja perusahaan, antara lain :
Tobins'Q menggunakan indikator keuangan yang sesuai dengan *Historical Accounting Performance*. Hal inilah yang dapat merefleksikan penilaian dan ekspektasi pasar sehingga potensi adanya kegiatan manipulatif sangat kecil, selain itu pula Tobins'Q dapat mencerminkan nilai aset perusahaan secara komprehensif dan mampu mengatasi

permasalahan dalam menaksirkan biaya marginal dan tingkat keuntungan.

b) Kelemahan atau Kekurangan Tobins'Q

Secara umum, berikut beberapa kekurangan atau kelemahan Tobins'Q dalam mengukur kinerja perusahaan, antara lain sebagai berikut : berpotensi menyimpang dalam mengukur sentimen pasar karena adanya kesulitan dalam memperkirakan biaya pengganti, seperti beban iklan, biaya penelitian dan biaya pengembangan *Intellectual Capital*. Selain itu juga Tobins'Q cenderung berlandaskan bahwa nilai pasar modal perusahaan adalah keseluruhan nilai modal yang diinvestasikan, hal ini bisa berpotensi adanya kesalahan dalam perhitungan.

B. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini berfungsi untuk mendapatkan gambaran yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Adapun beberapa penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1

Mapping Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian

Loh Wenny Setiawati dan Melliana Lim	Analisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015	2016	Hasil penelitian ini adalah bahwa untuk variabel pengungkapan CSR dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. ⁴¹
Rizky Adhitya, Suhadak dan Nila Firdausi Nuzula	Pengaruh pengungkapan CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan sektor	2016	Hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan baik

⁴¹ Loh Wenny Setiawati, Melliana Lim. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Pengungkapan Sosial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015, *Jurnal Akuntansi*. Vol.12 No.1, h.3

	pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013)		pengungkapan CSR maupun profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial. ⁴²
Nurfina Pristianingrum	Pengaruh ukuran, profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	2017	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan secara keseluruhan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. ⁴³

⁴² Rizky Adhitya, Suhadak dan Nila Firdausi Nuzula. Pengaruh Pengungkapan CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan studi pada Perusahaan Manufaktur sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada 2011-2013, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.31 No.1 Februari 2016, h.1

⁴³ Nurfina Pristianingrum. Pengaruh Ukuran, Profitabilitas dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, SNAPER-EBIS, ISBN 978-602-5617-01-0, Oktober 2017, h.353

Arif Reza Ady Saputra	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	2018	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara simultan dan parsial. ⁴⁴
Dwi Sutrisno	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	2017	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan ROA berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap informasi yang diberikan oleh perusahaan mendapat respon yang baik dari para investor. Kabar yang baik mengenai perusahaan mampu meyakinkan

⁴⁴ Arif Reza Ady Saputra. Pengaruh CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, JOM FISIP vol.5, edisi januari-juni 2018

			calon investor untuk berinvestasi. ⁴⁵
Silvania Mira Vegawati, Srikandi Kurnadji dan Dahlan Fanani	Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Survey pada Warga di Desa Sidodadi, Kabupaten Malang)	2015	Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan secara simultan maupun parsial. ⁴⁶

Dari beberapa riset terdahulu yang banyak menghasilkan penelitian bahwa aktivitas CSR di perusahaan manufaktur belum semua dilakukan pihak perusahaan, karena masih ada beberapa perusahaan yang enggan

⁴⁵ Dwi sutrisno. Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang termasuk dalam indeks Sri Kehati yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014), *jurnal E-business and Accounting*, Vol.2 No.1 2017

⁴⁶ Silvania Mira Vegawati, Srikandi Kurnadji dan Dahlan Fanani. Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan (Survey pada Warga di Desa Sidodadi Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi*. Vol.20 No.1. 2015

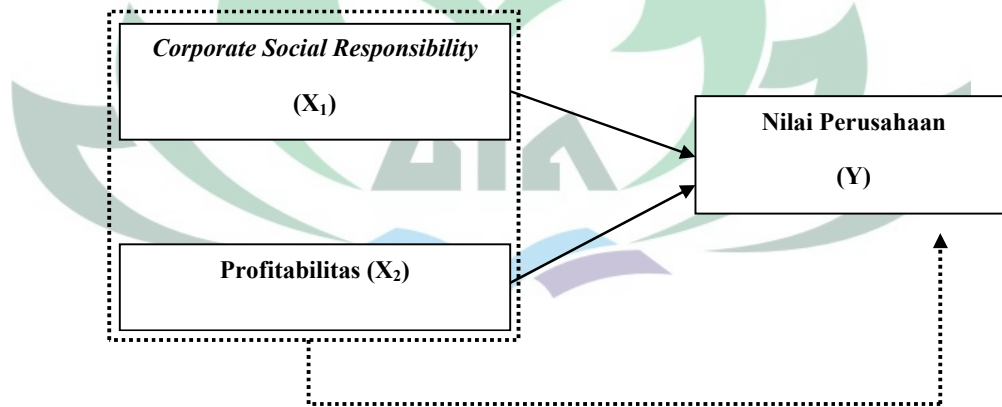
melakukan pengungkapan CSR dikarenakan beberapa faktor salah satunya mengurangi laba dan menambah biaya pengeluaran, maka berdasarkan pemaparan diatas, ini semakin memperkuat penelitian selanjutnya untuk meneliti ulang dengan variabel dan studi kasus yang berbeda.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian landasan teori yang telah diutarakan sebelumnya dan penelitian terdahulu yang sejenis yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran variabel terkait dalam penelitian ini yang disajikan dalam gambar dibawah ini sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Data diolah 2019

Keterangan :

—————→ : secara parsial

-----→ : secara simultan

Kerangka pemikiran tersebut dimaksudkan untuk menjelaskan, mengungkapkan serta menentukan persepsi keterkaitan antar variabel yang akan diteliti yaitu pengaruh pengungkapan CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan studi pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman periode 2016-2018.

Adapun istilah dari kerangka pemikiran tersebut adalah sebagai berikut:

Menurut ISO 26000, CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat serta memperhatikan kepentingan dari para *stakeholders*. Sedangkan menurut Mickael Hopkins yang menyebutkan bahwa CSR berkaitan dengan perlakuan perusahaan terhadap *stakeholders* baik yang ada di dalam maupun diluar perusahaan, termasuk lingkungan secara signifikan.

Sedangkan profitabilitas perusahaan yang diukur menggunakan rasio profitabilitas yang diproksikan menggunakan ROA (Return on Asset) merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola dana yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang menghasilkan keuntungan serta pengembalian atas aset dari perusahaan tersebut.

D. Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis ilmiah mencoba mengutarakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Hipotesis menjadi teruji apabila semua gejala yang timbul tidak bertentangan dengan hipotesis tersebut. Dalam upaya pembuktian hipotesis, peneliti dapat saja dengan sengaja menimbulkan atau menciptakan suatu gejala.

1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam *Stakeholder Theory* dijelaskan bahwa keberlangsungan perusahaan dipengaruhi oleh pihak *stakeholder*. Dari teori tersebut, perusahaan diharapkan dapat memenuhi harapan para *stakeholder* dengan melaksanakan program CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan tersebut.⁴⁷ Sesuai dengan pasal 66 dan pasal 74 Undang-Undang No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, mengharuskan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan karena CSR merupakan sebuah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dapat meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan maupun masyarakat pada umumnya.⁴⁸ Pengungkapan program CSR perusahaan dapat mempercepat komunikasi antar

⁴⁷ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, "Islamic Corporate Social Responsibility Discourse, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan". *Jurnal Akutansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 20 No. 1 (Juni 2016)

⁴⁸ Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas

perusahaan dengan *stakeholder* untuk meluruskan visi misi perusahaan berkaitan dengan praktik dan aktivitas bisnis perusahaan. Selain itu pula, pengungkapan program CSR dapat membentuk perusahaan yang berkesinambungan. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan yang terdapat dalam pengungkapan CSR.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuni Rahayuningsih dalam penelitiannya menghasilkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Adanya hubungan antara pertanggungjawaban sosial perusahaan dengan nilai perusahaan menunjukkan bahwa semakin luas pengungkapan CSR maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Tingginya nilai perusahaan menyebabkan keberadaan perusahaan tersebut akan lebih disorot oleh pihak *Stakeholders*, apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholders* maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholders* yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan dari penjelasan diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Dalam *Signaling Theory*, Spence membuat suatu kriteria sinyal guna untuk menambah kekuatan pada saat pengambilan keputusan. Informasi merupakan unsur yang sangat penting bagi investor dan pelaku bisnis karena menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan dimasa yang akan datang mengenai prospek bisnis perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Asumsi dalam teori sinyal menjelaskan bahwa para manajer perusahaan memiliki informasi yang lebih akurat mengenai perusahaan yang tidak diketahui oleh pihak luar (investor). Hal ini akan mengakibatkan suatu asimetri informasi antara pihak yang berkepentingan. Asimetri informasi merupakan suatu kondisi dimana informasi privat yang hanya dimiliki investor yang hanya mendapat informasi saja.

Munculnya asimetri informasi menyulitkan investor dalam menilai kualitas perusahaan secara obyektif. Informasi yang dipublikasikan akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi diumumkan, pelaku pasar (investor) terlebih dahulu menginterpretasi dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik atau sinyal buruk. Jika pengumuman tersebut

mengandung sinyal baik, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Dari penjelasan terkait teori diatas bahwasannya dalam mengukur profitabilitas yang merupakan sebuah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam satu periode siklus operasi, perusahaan harus konsisten melaporkan atau melampirkan informasi terkait di laporan keuangan perusahaan. Karena perusahaan bisa dikatakan perusahaan yang baik jika perusahaan tersebut dapat menghasilkan profitabilitas yang bagus. Ketika profitabilitas perusahaan bagus dapat menandakan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik serta dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan ditinjau dari harga saham perusahaan yang dilampirkan di dalam laporan keuangan mereka. Karena pihak investor sangat tertarik dengan profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan apabila perusahaan itu mengalami peningkatan.⁴⁹ Dari penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

⁴⁹ Hemastuti,C.P, Pengaruh Profitabilitas, kebijakan dividen, kebijakan hutang, keputusan Investasi dan kepemilikan insider terhadap nilai perusahaan, Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, vol.3 No.4, h.1-15

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'anulkariim, (Robbani : Departemen Agama)

Ali Syukron. CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah. *Economic : Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol.5 No.1

Ang S. Lin Lindawati, dan Marsella E. Puspita, *Corporate Social Responsibility: Implementasi Stakeholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*, *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Vol. 6 No. 1 (April 2015)

Arif Reza Ady Saputra, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *JOM FISIP* Vol.5, edisi Januari-Juni 2018.

Buchari Alma dan Doni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah (Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer)*. Bandung : Alfabeta. 2014

Deegan C. 2004. Introduction The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure A Teoritical Foundation. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. Vol.15, No.3

Dewi Intan Sari, Pengaruh Rasio Likuiditas, *Leverage*, Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Penerimaan Opini Audit modifikasi *Going Concern*, *Jurnal Akuntansi* Vol.2 No.3 Desember 2015.

Dwi Kartini. *Corporate Social Responsibility, Transformasi Konsep Sustainability dan Implementasi di Indonesia*. Bandung : Refika Aditama. 2013

Dwi Sutrisno. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang termasuk dalam Indeks Sri Kehati yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014), *Jurnal E-business and Accounting*, Vol.2 No.1, 2017

Edi Pranyoto, *Modul Riset Keuangan* , IBI darmajaya. 2018

Freeman, R.E., and Reed. *Stockholders and Stakeholders: a new perspective on Corporate Governance*. 1983

Friedman, Milton. *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press. 1962

Gray, et.al. 1997. *Manajemen Proyek*. LPFE Universitas Indonesia

Gray, et al, *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Enviromentan Reporting*. Prentice Hall Europe, Hemel Hempstead. 1996

Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*. 2011. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005

Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, 2008, Jakarta : Sinar Grafika.

Hemastuti,C.P, Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan Kepemilikan *Insider* terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, vol.3 No.4.

Hery. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Grasindo. 2016

Irham Fahmi. *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta. 2014.

Iwan Triyuwono, *Akuntansi Syariah Perspektif Metodologi, dan Teori*. Jakarta : Rajawali Pers. 2012

Jensen, M.,and Meckling, W. 1976. Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*.

Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, Islamic Corporate Social Responsibility Disclourse, Reputasi, dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 20 No. 1. Juni 2016

Kartika, Andi. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI), *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2, No.1, 2010

Loh Wenny Setiawati. Melliana Lim. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Pengungkapan Sosial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015, *Jurnal Akuntansi* Vol.12 No.1

Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Cet. X, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2008.

Muhammad. *Manajemen Keuangan Syariah*. Yogyakarta UPP STIM YKPN, 2014

- Muhammad Faroid dan Kholid Murtadlo. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan PT. Tirta Investama Keboncandi pada Masyarakat Desa Jeladri Pasuruan. *Jurnal Sketsa Bisnis*. Vol.1, No.1 Agustus 2014
- Nurfina Pristianingrum, Pengaruh Ukuran, Profitabilitas dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *SNAPER-EBIS* 2017, ISBN 978-602-5617-01-0, Oktober 2017.
- Nuzula. Analisis Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Induk Dan Subsidiary Tahun 2014 (Studi pada Perusahaan Induk dan Subsidiary yang Terdaftar di BEI dan Menggunakan Pedoman GRI-G4). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 41 No.1, 2016
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa. 2017. UIN Raden Intan Lampung.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- Priyadi. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* : Volume 5, Nomor 10, Oktober 2016
- Rahadhini, Peran *Republic Relations* dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program *Corporate Social Responsibility*, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol.10 No. 1 April 2010.
- Rizky Adhitya, Suhadak dan Nila Firdausi Nuzula, Pengaruh Pengungkapan CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013), *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.31 No.1 Februari 2016.
- Rosiana, G.A.M.E., Gd. Juliarsa, dan M.M.R. Sari, Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.5 No.3. 2013
- Rusdianto, Ujang. *CSR Communications A framework for PR practitioners*, 2013, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Silvania Mira Vegawati, Srikandi Kurnadji dan Dahlan Fanani. Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan (Survey pada Warga di Desa Sidodadi Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi*. Vol.20 No.1. 2015
- Spence, Michael. Job Market Signaling, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol.87, No.3, August 1973

Subramanyam ,K.R. Wild, Jhon J. *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta : Salemba Empat. 2016.

Suchman, Mark C. 1995. *Managing Legitimacy : Strategic and Institutional Approaches*. *The Academic of Management Review*. Vol.20, No.3

Sudiarta. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.7, 2016

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suhandari M Putri, Schema CSR, Kompas.com

Sujana. “ Pengaruh CSR dan Kepemilikan Managerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”. *Jurnal Universitas Pendidikan Ganesha*. Vol. 7 No. 1 Tahun 2017

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Wawan Dewanto, et al. *Inovasi dan Kewirausahaan Sosial*. Bandung : Alfabeta. 2013.

Winda Dwi Novita Sari dan Andayani. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Masyarakat di Lingkungan Sekitar Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. Vol.3 No.1. 2014.

www.idx.co.id

www.globalreporting.org